

La comercialización de queso doble crema producido por la empresa "Lácteos de Caserita" ubicada en el cantón San Pedro de Huaca y la demanda de este producto en Bogotá - Colombia



Amanda Mireya Bustos Suárez

Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en 2013

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional (ECEYNCI)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

Resumen

El presente estudio está encaminado a determinar la demanda de queso doble crema en Bogotá- Colombia para su comercialización por parte de la empresa "Lácteos la Caserita" ubicada en el cantón San Pedro de Huaca, de esta manera se logra que la empresa amplíe su mercado, y aproveche su capacidad instalada así como la disponibilidad de materia prima, con lo cual se incrementan los ingresos económicos para todos quienes de manera directa o indirecta se encuentran inmersos en esta actividad.

Esta investigación dota a la empresa de suficiente información en cuanto a la situación actual del sector, analizando la oferta nacional y extranjera en el mercado meta, la demanda potencial, el perfil del consumidor, las normas técnicas en cuanto a: empaque embalaje y requisitos de exportación e importación, barreras arancelarias y no arancelarias, así como el análisis de la factibilidad económica y financiera,

Los resultados de este estudio muestran a Bogotá como un mercado potencial que ofrece diversas oportunidades en cuanto a: producción nacional insuficiente e incremento de la demanda, elevado número de habitantes con un alto poder adquisitivo, preferencias arancelarias y ventaja geográfica en relación a Estados Unidos y Perú principales países abastecedores del producto, los dos últimos puntos inciden directamente en la oferta del queso doble crema a un precio competitivo.

Palabras claves: Competitivo, queso doble crema, comercialización, oferta.

Abstract

The present study try to determine the demand for double cream cheese in Bogota - Colombia for its commercialization by the "Lácteos la Caserita" company located in the San Pedro de Huaca city, so it makes the company broaden their market, takes its installed capacity and the availability of raw materials, with it the company earns more profits.

This research provides the company sufficient information concerning the status of the sector, analyzing the domestic and foreign supply (target market), the potential demand, the consumer profile, technical standards in terms of: Packing and packaging export and import requirements, tariffs and non-tariff barriers, as well as the analysis of the economic and financial feasibility,

The results of this study show Bogotá as a potential market offering many opportunities in terms of: insufficient domestic production and increased demand, high population with high purchasing power, tariff preferences and geographic advantage in relation to the United States and Peru product main supplying countries, the last two points affect in a competitive price.

Keywords: Competitive, double cream cheese, marketing, supply.

1. Introducción

Según datos de CobusGroup (2012), las importaciones de queso doble crema en Colombia durante los últimos cuatro años se han incrementado en un 44.05% promedio anual, lo que deja ver que la demanda de este producto ha aumentado considerablemente, de la misma fuente se conoce que el consumo nacional aparente de este producto ha crecido en un 3.03% promedio anual desde el año 2008, partiendo de estos puntos, es importante realizar el presente estudio ya que con la exploración de las variables del tema, se logró determinar la existencia de demanda insatisfecha en Bogotá, y la capacidad de "Lácteos la Caserita" para atender parte de la misma.

Los estudios existentes relacionados al presente proyecto coinciden con la determinación de la existencia de demanda insatisfecha, sin embargo estos antecedentes provienen de otros países como España y Chile, con los cuales Ecuador posee ventajas para ofertar el producto debido a la cercanía geográfica y a las preferencias arancelarias (Comunidad Andina de Naciones [CAN], (1969), Decisión 563 "Programa de Liberación de bienes"), es por ello que la presente investigación se constituye en el punto de partida para la comercialización del producto desde el Ecuador hacia Bogotá, ya que provee de información real y confiable con respecto al proceso de exportación del queso doble crema, logrando de esta manera ampliar el mercado,

incrementando el volumen de ventas y por ende la obtención de mayores utilidades.

2. Materiales y Métodos

El método utilizado para el estudio de la demanda fue el análisis Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), mismo que permite identificar y valorar los factores externos que ofrece el medio buscando aprovechar lo mejor posible las oportunidades, y eludir al máximo las amenazas.

Análisis POAM

Factores políticos: El hecho de que Colombia maneje una Política Comercial abierta a las importaciones, sumado a que Ecuador mantenga acuerdos comerciales con Colombia que permitan que el producto se libere del pago de aranceles representa una oportunidad de alto impacto para el presente proyecto.

Factores socioeconómicos: Los indicadores macroeconómicos, muestran una notable estabilidad económica y social de los habitantes, lo que repercute en el incremento de su poder adquisitivo reflejando una oportunidad de alto impacto para el proyecto

Factores legales: mediante la presentación del certificado de origen el producto se libera del pago de aranceles, constituyéndose en una oportunidad de alto impacto, sin embargo existen medidas

Factores geográficos: Por pertenecer a la CAN Ecuador y Colombia mantienen vías de acceso llamadas ejes troncales en común y asumen el compromiso de mantenerlos en adecuada y permanente condición de transitabilidad, esto se traduce en una oportunidad de alto impacto.

Para la comercialización se utilizó el Perfil de Capacidades Internas (PCI). Según Serna, (2010), este es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de empresa. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico involucrando en él todos los factores que afectan su operación corporativa. Los resultados de su análisis muestran que a pesar de que las negociaciones se basan en conocimientos empíricos la empresa ha logrado mantenerse en el mercado, debido a la calidad de su producto, sin embargo es necesario que se comience ya a darle una estructura organizacional y una imagen corporativa además se debe contratar personal capacitado en todas las áreas para lograr que la empresa se desarrolló de la mejor manera.

Estudio de Mercado: Bogotá se constituye en la ciudad más poblada de Colombia. (DANE, 2005), y de acuerdo a la estratificación, se puede llegar con el producto al 90.20% de la población, además el segundo gasto más importante de las familias bogotanas son los alimentos y el sector lácteos ocupa el segundo lugar (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF]).

(2010)). en cuanto a los gustos y preferencias el consumidor colombiano tiene preferencia por los quesos frescos, en el momento de la decisión de compra se basan en la calidad, pero también en el precio. Tanto las instituciones públicas como privadas han emprendido programas de educación que tratan de capacitar a los consumidores en temas de buenas prácticas de alimentación, en base a la Guía Alimentaria para la Población Colombiana diseñada por ICBF (2011), en la cual se recomienda incluir el queso en la dieta diaria.

Desde el año 2008, la producción nacional de queso doble crema presenta un índice de crecimiento del 3.87% anual, las importaciones se han venido incrementando en un 44.05% promedio anual y el destino principal de estas importaciones es Bogotá (ProChile .2008. p.7) los países de origen de estas importaciones son Estados Unidos y Perú y las exportaciones presentan una tendencia a la baja del 12.70% promedio anual.

Por el lado de la oferta existe apoyo por parte del gobierno a las exportaciones de productos no tradicionales, no existen barreras arancelarias para las exportaciones, sin embargo se requiere de la obtención del certificado de origen, registro sanitario, certificado zoosanitario de exportación, registro de exportador ante el SENA, registro de exportador en AGROCALIDAD.

La producción histórica de "Lácteos la Caserita" desde el año 2008 se han incrementado en un 12.73%,

Acuerdo comercial: La política comercial que mantiene Colombia con Ecuador se maneja dentro del marco normativo del Acuerdo de Cartagena mismo que permite que el producto ingrese al mercado meta liberado del pago de aranceles, sin embargo existen barreras no arancelarias con las que hay que cumplir para poder llevar el producto hasta Bogotá

Barreras no Arancelarias: Requisitos Zoosanitarios, sistema de empaque.

3. Resultados y discusión

La producción nacional de queso doble crema en Colombia no es suficiente para satisfacer su demanda, por lo cual debe importar el producto desde Estados Unidos y Perú, países con los cuales Ecuador tiene una ventaja en cuanto al factor geográfico, debido a las distancias y medios de transporte que se pueden utilizar para el traslado del producto.

El sistema de distribución física internacional planteado es adecuado puesto que permite que el precio del queso doble crema llevado desde la empresa Lácteos la Caserita ubicada en el Cantón San Pedro de Huaca en termino de negociación DDP hasta Bogotá sea competitivo en relación al precio del producto ofertado desde Estados Unidos y Perú, por lo que tiene una gran oportunidad de ingreso y posicionamiento en mercado bogotano

Los consumidores a la hora de elegir un producto se basan tanto en el precio como en la calidad de este.

Lácteos la Caserita debe crear el departamento de exportaciones y contratar personal que posea los conocimientos en comercio exterior con la finalidad de realizar buenas negociaciones internacionales y mejorar el proceso logístico de la entrega del producto en destino.

La empresa debe aprovechar la demanda creciente e insatisfecha del producto en Bogotá, haciendo uso de las ventajas en cuanto a preferencias arancelarias y distancia geográfica, aspectos que hacen que el producto llegue a menor precio, sin afectar en la calidad del producto.

"Lácteos la Caserita" si cuenta con un volumen de producción adecuado que le permite llevar su producto hasta Bogotá.

4. Tablas

Tabla No. 1 Estimación de Ventas

DATOS	AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oferta exportable	360	360	360	720	720	720
Demanda insatisfecha	45031	45465	45882	46281	46660	47257
% De cobertura de la demanda	1%	1%	1%	2%	2%	2%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Envíos al año	12	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque TM	30,00	30,00	30,00	60,00	60,00	60,00
N° de embalajes	750,00	750,00	750,00	1500,00	1500,00	1500,00
N° contenedores	1	1	1	1	1	1
Estimación de ventas según embalajes por envío	750	750	750	1500	1500	1500
Estimación de ventas según unidad comercial por envío	12000	12000	12000	24000	24000	24000
Estimación de ventas según embalajes al año	9000	9000	9000	18000	18000	18000
Estimación de ventas según unidad comercial al año	144000	144000	144000	288000	288000	288000

Fuente: Presente investigación
Elaborado por: Amanda Bustos

Como se puede visualizar en la anterior tabla, existe demanda insatisfecha en el mercado meta.

5. Referencias bibliográficas

Commercial Business Group [CobusGroup]. (2012). *Importaciones y exportaciones Colombia*.

Recuperado en <http://www.cobusecuador.ec/html2/index.html>

Comunidad Andina de Naciones [CAN]. (1969). *Acuerdo de Cartagena Decisión 563 "Programa de Liberación de bienes"*. Recuperado en <http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2005). *Proyecciones de población*. Recuperado en <http://www.dane.gov.co/>

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF]. (2010). *Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia*. Recuperado en <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/>

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF]. (2011). *Guía Alimentaria para la Población Colombiana*. Recuperado en <http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/Descargas1/>

Programa de fomento a las exportaciones chilenas [ProChile]. (2008). *Perfil de mercado quesos-Colombia*. Recuperado en <http://www.chilealimentos.com/medios/2008/>

Serna, H. (2010). *Gerencia Estrategia*. Recuperado en <http://gerest.es.ti/ANALISIS-POAM.htm>